

BAB IV

KESIMPULAN

Secara global tentu saja media memiliki andil besar dalam diaspora ideologis, tak terkecuali Disney sebagai salah satu perusahaan multimedia raksasa terbesar di dunia. Disney sebagai bagian dari media yang digunakan sebagai alat kepentingan mayoritas tentu saja memiliki posisi tawar yang lebih besar sebagai alat kontrol sosial. Selain itu Disney juga menguasai setidaknya 25% *audience* di Amerika. Maka cukup jelas dengan demikian Disney dan produk-produknya memiliki peran yang sangat signifikan terhadap diaspora ideologis di Amerika, dan bahkan mungkin di seluruh dunia.

Format film populer yang sering dijumpai di film-film produksi Amerika merupakan salah satu bukti keberhasilan diaspora ideologi Amerika. Hal ini tentu saja nampak dari ciri khas film populer Amerika, terutama yang diproduksi oleh Disney dan Hollywood, yang memiliki tipikal mensuperioritaskan Amerika dan menginferiorkan bangsa yang lain. Sangat sering dijumpai dalam film-film yang hingga sekarang sedang diputar di bioskop pun, penjahatnya beraksen Rusia dan orang aneh atau *geek*nya beraksen British atau Perancis, sementara mafianya mirip orang Kolumbia. Dan film-film tersebut *audiencenya* pun sangat luas, tidak hanya orang dewasa atau remaja namun juga anak-anak. Film dewasa tidak hanya ditonton orang dewasa dan sebaliknya pula film kartun tidak hanya ditonton oleh anak-anak. Semakin cairnya batasan usia dalam kategori film membuat range *audience* tiap film menjadi semakin luas. Popularitas film-film tersebut tentu saja sangat menunjang kemudahan stigma-stigma, terutama stigma rasisme untuk masuk ke dalam benak *audience*.

Dengan demikian, film sebagai salah satu produk korporasi media bisa dikatakan merupakan ‘kaki tangan’ yang berperan penting melakukan distribusi pesan ideologis. Banyak yang mengira mungkin sasaran ideologis film hanyalah orang dewasa. Namun sebenarnya, banyak film bersifat ideologis yang sasaran *audiencenya* adalah anak-anak. Salah satunya adalah film *Tinkerbell*.

Bagaimana Disney menyebarkan dan mengartikulasikan rasisme secara ideologis, secara singkat menggambarkan Amerika sebagai negara yang superior. Pesan-pesan ini terselip dalam tiap scene film dengan berbagai cara, baik dengan praktik rasisme maupun etnosentrisme secara halus. Praktik rasisme dalam film *Tinkerbell* digambarkan kurang lebih demikian: (a) Amerika memiliki relasi baik dengan Skotlandia, Perancis, dan Cina. Namun Amerika tetap memiliki kedudukan yang dominan, memiliki posisi sebagai pengambil keputusan dan penentu masa depan. Namun relasi paling baik mungkin terjalin dengan Skotlandia, salah satunya karena faktor banyak dari presiden Amerika adalah keturunan Skotlandia. Namun bagi Amerika, mungkin Skotlandia adalah teman yang baik karena ia memiliki sifat yang sangat patuh. (b) Amerika tidak pernah bermusuhan dengan Rusia, namun juga tidak pernah benar-benar memiliki relasi dengan Rusia, karena Rusia memiliki regulasi, ideologi dan nilai-nilai yang berbeda dengan Amerika. Namun mereka bukanlah musuh. (c) Amerika tidak pernah menganggap Timur Tengah sebagai musuh. Amerika telah mencoba berkali-kali untuk menjalin relasi yang baik dengan Timur Tengah, namun hasilnya nihil karena Timur Tengah selalu menganggap Amerika musuh, dan saingan – dan dengan demikian selalu bersikap sinis. Sebaliknya Timur Tengah adalah teroris pengacau yang menyebarkan kekacauan dan Amerika-lah yang mampu mengatasi masalah yang timbul, sekalipun harus bekerja keras

dan bekerja sama dengan negara-negara besar lainnya. (d) Inggris hanyalah negara yang dianggap minor, dan tidak sehebat yang digembar-gemborkan selama ini. Amerika jauh lebih hebat, superior. Orang-orang Inggris sendiri diidentikkan sebagai orang yang inferior, berada dibawah kuasa Amerika. Hal ini tercermin dari: tokoh Clank, Bobble dan Fairy Mary yang berperan sebagai pesuruh, juga ilustrasi Ratu Victoria dalam koin yang direndahkan tokoh utama dalam scene 10.

Namun beberapa hal yang biasa kita jumpai pada film Hollywood dan Disney seperti heroisme Amerika, disampaikan dengan cara yang sedikit tidak biasa dalam cerita ini. Seperti yang diketahui, film Tinkerbell dirilis pada akhir tahun 2008 saat kampanye pemilihan presiden Amerika sedang sangat gencar. Bukan tidak mungkin film ini memang sengaja dibuat untuk tujuan politis, mengingat beberapa fakta seperti: (a) Disney memang tercatat dalam sejarah sebagai produsen film propaganda (Barrier, 2007: 174), dan (b) Konten film ini sangat politis untuk ukuran film yang ditonton oleh anak-anak, terutama ketika film ini adalah film peri yang ditonton oleh anak perempuan. Orang akan lebih mudah berpandangan bahwa film ini murni merupakan hiburan yang indah belaka. (c) Perlu dicatat juga bahwa praktik rasisme justru ditemukan dalam scene-scene minor dan bukan merupakan bagian dari adegan film yang ditonjolkan. Ini merupakan bukti dari upaya penyebaran ideologi rasisme secara halus. Dengan menciptakan dominasi pada tokoh utama, kemungkinan perhatian *audience* dan analisis akan tertuju pada adegan-adegan mayor seperti relasi Vidia dan Tinkerbell yang tidak harmonis, sementara salah satu praktik rasisme justru terjadi pada adegan yang sangat singkat dan minor dalam scene 10 dimana Tinkerbell menertawakan gambar wanita dalam koin.

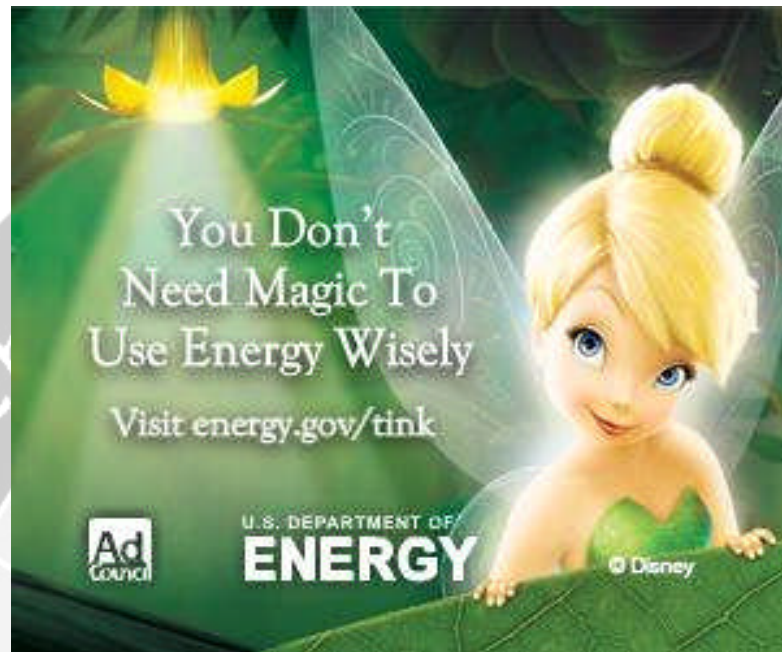
Pada akhirnya dapat disimpulkan bahwa praktik-praktik ideologi rasisme dalam film-film Disney justru banyak terjadi dalam adegan atau tokoh minor, juga dari segi minor lain seperti pemilihan *dubber* dan *theme song* pendukung. Secara umum hal-hal tersebut biasanya nampak hanya dalam rentang waktu yang sangat singkat dalam film. Dominasi kisah heroisme khas film populer Amerika justru seolah menjadi kamuflase bagi praktik-praktik ideologis yang terjadi secara mayor. Contoh lain juga terdapat dalam teks lagu pembukaan film Aladdin yang hanya terdiri dari beberapa kalimat. Lagu ini menceritakan tentang bangsa Arab: “*when they cutoff your ears when they don’t like your face.*” Praktik rasisme juga dapat ditemukan pada karakter ikan hitam dan Sebastian dalam *The Little Mermaid*, yang merupakan representasi bangsa Jamaica. Sebastian memang banyak muncul dalam scene film, tapi beberapa tokoh lain seperti si ikan hitam yang menyanyi dan ikan yang bermain saksofon bahkan hanya muncul beberapa detik. Tokoh-tokoh ini menggambarkan bangsa Jamaica sebagai bangsa yang hanya suka hidup bersenang-senang tanpa bekerja, walaupun bekerja dia hanya pesuruh atau abdi kecil. Selain itu masih ada karakter Indian dalam *Peter Pan*, King Louie dalam *Jungle Book*, hiena dalam *The Lion King* dan masih banyak lagi. Namun teks-teks audio yang signifikan untuk diteliti semacam ini tidak terdapat dalam *Tinkerbell*.

Sementara praktik untuk mempopulerkan tokoh Tinkerbell sebagai salah satu aset Disney yang penting salah satunya terlihat dari ‘wilayah’ yang diberikan untuk tokoh Tinkerbell di area Disney Park dan resortnya. Dengan memberikan *section* khusus di area taman hiburan tersebut, maka penjualan merchandise menjadi lebih mudah. Merchandise khusus Tinkerbell telah meraup keuntungan sebesar 800 juta US\$ dalam penjualan retail. Barang yang paling banyak terjual adalah boneka peri mini, *bubble bath* dan

perlengkapan tempat tidur seperti *bed sheet*. Selain itu film *Tinkerbell* sendiri menghabiskan biaya sebesar US\$ 48 juta, dengan melibatkan tenaga ahli dari beberapa *director* film terkemuka untuk menangani *Tinkerbell* secara langsung.. Bisa dilihat dari banyaknya keuntungan yang didapat, dapat dibayangkan sudah berapa anak di seluruh dunia yang bermain dengan miniatur Tinkerbell, pergi ke sekolah dengan tas Tinkerbell, mandi dengan *bubble bath* Tinkerbell dan tidur diatas *bed cover* Tinkerbell.

Maka komersialisasi dari tokoh Tinkerbell juga telah masuk ke dalam tahap komodifikasi budaya. Komersialisasi dan komodifikasi budaya memiliki beberapa konsekuensi, salah satunya adalah produksi profit. Dengan demikian para eksekutif industri budaya akan memproduksi artifak yang akan dipopulerkan, atau singkatnya yang memiliki kriteria untuk menarik *audience* secara massal (Kellner, 1990 dalam Kellner, 1995: 16-17). Ketika Disney sebagai korporat multimedia raksasa mempopulerkan Tinkerbell dari berbagai macam merchandise yang dijual di Disney Park, iklan di TV dan film yang dipopulerkan melalui DVD, sesungguhnya Tinkerbell dapat dikatakan sebagai trend di kalangan anak-anak dan pra remaja. Walaupun tokoh Disney Fairies ada lima, yaitu Tinkerbell, Silver Mist, Rosetta, Iridessa dan Fawn tetapi Tinkerbell sebagai tokoh utama tentu saja memiliki tempat tersendiri di hati anak-anak. Desain untuk barang-barang Tinkerbell juga dibuat sedemikian rupa sehingga lebih bervariasi dan lebih menarik sehingga lebih banyak dikonsumsi dibandingkan dengan barang-barang lain yang menggunakan keempat tokoh lainnya. Secara singkat dapat disimpulkan bahwa penjualan merchandise yang sangat booming membuat popularitas tokoh Tinkerbell semakin populer. Dengan semakin populernya tokoh Tinkerbell, filmnya pun akan

semakin populer, demikian juga film-film Tinkerbell berikutnya yang akan segera dirilis. Maka dengan demikian ideologi dengan stigma rasisme akan semakin luas diasporanya.



Gambar VI.1: Tinkerbell sebagai ikon iklan hemat energi

Tinkerbell bahkan menjadi ikon dalam iklan hemat energi yang disponsori oleh US Department of Energy. Ini juga merupakan bukti bahwa Tinkerbell merupakan aset yang tidak hanya dianggap potensial bagi Disney, tapi bahkan oleh badan pemerintah Amerika. Selain itu dengan populernya tokoh Tinkerbell maka pesan-pesan ideologis yang terdapat dalam film yang dijual dalam bentuk DVD tersebut menjadi lebih mudah diserap oleh anak-anak yang menonton, terutama karena sebelum film beredar, Tinkerbell sudah lebih dulu dipopulerkan lewat buku cerita dan majalah. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tokoh Tinkerbell telah menjadi bagian dari *media culture*, yang secara ideologis tentu saja tidak dapat dilepaskan dari pesan-pesan ideologis dalam konten film *Tinkerbell*. Di sisi lain telah dibahas bahwa analisis teks dan relasi kuasa dalam film

Tinkerbell telah menunjukkan adanya praktik-praktik rasisme secara ideologis. Bagaimanapun, ideologi juga memiliki sifat menggeneralisi pesan sehingga pesan yang ada dalam film digeneralisasi, didukung dengan popularitas tokoh lewat merchandise, buku dan lain sebagainya, sehingga diaspora ideologis mengakar dengan kuat. Pada akhirnya terlihat bahwa praktik rasisme dalam *Tinkerbell* tidak hanya didukung oleh keindahan cerita dalam film, tetapi juga didukung oleh aset-aset lain yang dimiliki oleh Disney.

Dalam perkembangan sejarah, Disney ternyata terbukti melakukan pengembangan riset terhadap perilaku pasar. Pendek kata, Disney pun ternyata melakukan penelitian terhadap respon konsumen, bagaimana caranya menjual produk dengan lebih baik. Disney sejak era 1932 mengandalkan departemen riset Madison Avenue, yang berada dibawah pimpinan George Gallup, untuk mendapatkan keuntungan lebih besar. Misalnya dengan memasang publisitas lebih sebelum jam 18.30, karena pada jam itu sebagian besar keluarga di Amerika sudah makan malam. Namun pada perkembangannya Disney ternyata menggunakan potensi departemen riset ini untuk mengontrol kemungkinan respon *audience*. Dalam esainya, Richard deCordova menyebutkan bahwa pada tahun 1920an Disney menyesuaikan produknya, yaitu kartun dan merchandise yang berkaitan dengan kartun tersebut, untuk sepenuhnya memenuhi syarat konsumerisme. Ini membuktikan bahwa teks-teks Disney merupakan produk yang memang dikonstruksi untuk tujuan politis tertentu demi kepentingan pihak-pihak yang memiliki posisi tawar yang lebih besar.

Dapat disimpulkan bahwa dengan menyesuaikan produk Disney yang berupa film kartun dengan minat pasar, otomatis teks-teks media yang ada di dalam film tersebut juga

menyesuaikan minat pasar. Sementara yang disebut dengan minat pasar Amerika pun belum tentu merupakan hal yang positif dan membuat konten media yang mengikuti ‘tren’ tersebut dapat dipertanggungjawabkan kontennya. Penjelasan penyebab film-film Disney seringkali mengandung stigma rasis pun menjadi semakin masuk akal ketika media Amerika secara umum pun ternyata seringkali menggunakan stigma rasis untuk memaksimalkan profit. Pendek kata, dapat dikatakan bahwa stigma rasis adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari minat *audience* Amerika, dan tidak tertutup kemungkinan bahwa ini adalah efek dari bentuk praktik ideologis jangka panjang yang tidak disadari. Bagaimanapun hubungan media dan *audience* adalah dua arah, saling mempengaruhi satu sama lain secara simultan, sehingga sulit ditelusuri bagaimana awal mulanya.

Di sisi lain tidak bisa dilupakan begitu saja bahwa *Tinkerbell* pun memiliki *value* khusus sebagai bagian dari kisah klasik Disney, yaitu *Peter Pan*. Namun *Tinkerbell* sendiri merupakan film baru produksi Disney yang baru dirilis di akhir tahun 2008. Artinya *Tinkerbell* adalah representasi dari kisah klasik Disney, yang memiliki ciri khas *masterpiece* Walt Disney, sekaligus merupakan film yang mampu mengilustrasikan perkembangan konten film Disney sebagai produk yang belum lama dirilis. Dengan banyaknya nilai ideologi rasisme yang ditemukan dalam film *Tinkerbell*, maka jelas bahwa esensi konten produk Disney dari dekade ke dekade tidak banyak berubah.

DAFTAR PUSTAKA

Almog, Orna. 2003. *Britain, Israel and the United States 1955-1958 Beyond Suez*. London: Frank Cass Publilshers.

Balkaran, Stephen. 1999. *Mass Media and Racism: Volume 21 no.1*. The Yale Political Quarterly.

Barrier, Michael. 2007. *The Animated Man: a Life of Walt Disney*. Washington DC: California University Press.

Brode, Douglas. 2004. *from Walt to Woodstock: how Disney Created the Counterculture*. Austin: University of Texas Press.

Chowdry, Geeta & Sheila Nair. 2002. *Power, Postcolonialism and International Relations: Reading Race, Gender and Class*. New York: Routledge.

Coates, Joseph. 2004. *Defeating Terrorism Developing Dreams: Beyond 9/11 and the Iraq War Volume II: Trade Towers/War Clouds*. Chelsea Books.

Davis, Donald & Eugene P.Trani. 2002. *The First Cold War: the Legacy of Woodrow Wilson in US-Soviet Relations*. University of Missouri Press.

Doane, Ashley. 2006. *What is Racism? Racial Discourse and Racial Politics*. Sage Publications.

Dorfman & Mattelart. 1971. *How to Read Donald Duck: Imperialist Ideology in the Disney Comics*. New York: International General.

Downing, John & Charles Husband. 2005. *Representing Race: Racisms, Ethnicity and the Media*. London: Sage Publications.

Fiske, John. 1990. *Introduction to Communication Studies*. Great Britain: Routledge.

Foucault, Michel. 2008. *Ingin Tahu Sejarah Seksualitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Giroux, Henry A. 1999. *Disney and the End of Innocence: the Mouse That Roared*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.

Hall, Stuart & Dorothy Hobson. 1986. *Culture, Media and Language*. Hutchinson Publishing Group.

Hall, Stuart. 1996. *Critical Dialogues in Cultural Study*. London: Routledge.

Ie, Wang. 2005. *Walt Disney*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Kavey, Allison. 2009. *Peter Pan: Second Star to the Right: Peter Pan in the Popular Imagination*. Rutgers University Press.

Kellner, Douglas. 1995. *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*. London: Routledge.

Kenny, Michael. 2004. *The Politics of Identity*. Cambridge: Polity Press.

Kuisel, Richard F. 1993. *Seducing the French: the dilemma of Americanization*. London: California University Press.

Littlejohn, Stephen W. 1992. *Theories of Human Communication, 4th ed.* California: Wadsworth Publishing Company.

McPhail, Thomas L. 2006. *Global Communication: Theories, Stakeholders and Trends*. USA: Blackwell Publishing.

Potter, James. 2001. *Media Literacy*. London: Sage Publications.

Rappaport, Helen. 2003. *Queen Victoria: a Biographical Companion*. USA: ABC-CLIO.

Ronnberg, Margareta. 2001. *Why is Disney So Popular? The Animated Feature Films From a Childish Perspective*. Sweden: Filmforlaget, Uppsala.

Smith, Paul. 2007. *Primitive America: the Ideology of Capitalist Democracy*. Minnesota Press.

Smoodin, Eric. 1994. *Disney Discourse: Producing the Magic Kingdom*. New York: Routledge.

Stokes, Jane. 2006. *How To Do Media and Cultural Studies*. Jakarta: Mizan Media Utama.

Steele, Tracy.L. 2005. *Sex, Self and Society*. USA: Thomson Wadsworth.

Storey, John. 1996. *Cultural Studies and The Study of Popular Culture: Theories and Methods*. Athens: University of Georgia Press.

Storey, John. 1993. *An Intrudictionary Guide to Cultural Theory and Popular Culture*. England: Harvester Wheatsheaf.

Van Zoonen, Liesbet. 1994. *Feminist Media Studies*. London: Sage Publications.

<http://disney.go.com/vault/archives/characters/tinker/tinker.html>, diakses 28/11/08

http://corporate.disney.go.com/corporate/complete_history_1.html, diakses 28/11/08

[http://en.wikipedia.org/wiki/Disney_Corporation#1928-33: Mickey Mouse and the Silly Symphonies](http://en.wikipedia.org/wiki/Disney_Corporation#1928-33:_Mickey_Mouse_and_the_Silly_Symphonies) diakses 15/04/10

<http://disney.go.com/vault/read/books/index.html>, diakses 28/11/08

<http://members.fortunecity.com/rowansterling/rolemodels.html>, diakses 14/07/09

http://www.thirdworldtraveler.com/McChesney/GlobalMedia_Neoliberalism.html,
diakses 15/10/09

<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/4699393.stm>, diakses 05/11/09

http://www.cracked.com/article_15677_9-most-racist-disney-characters.html, diakses
13/03/09)

http://seattletimes.nwsouce.com/html/business/technology/2008120426_tinker18.html,
diakses 27/06/10)